

证券代码：300296

证券简称：利亚德

利亚德光电股份有限公司投资者关系活动记录表

编号：2024-04

投资者关系活动类别	<input checked="" type="checkbox"/> 特定对象调研 <input type="checkbox"/> 媒体采访 <input type="checkbox"/> 新闻发布会 <input checked="" type="checkbox"/> 现场参观 <input type="checkbox"/> 其他（ <u>电话会议</u> ） <input type="checkbox"/> 分析师会议 <input type="checkbox"/> 业绩说明会 <input type="checkbox"/> 路演活动
参与单位名称及人员姓名	钟智铨 赵万隆 李曦辰 长江证券 九泰基金 阳光资产
时间	2024年1月22日 10:00-11:30
地点	会议室
上市公司接待人员姓名	李楠楠 刘阳 董事会秘书兼副总经理 证券部副经理
投资者关系活动主要内容介绍	<p>本次调研以现场参观和会议的方式举行，交流中，董秘李总回复了投资者的提问，主要内容如下：</p> <p>一、2023年经营情况回顾</p> <p>整体2023年从订单还有收入来看，个别业务跟年初的计划和预期还是有一些偏差，因为国内的市场环境没有像年初预期的那么好，我就从几块主要的业务角度来具体说一下情况：</p> <p>利亚德目前三大业务中占比85%的是LED智能显示，这个板块我们从四个市场维度来做分析：</p> <p>首先是国内的直销业务，这部分主要集中在一线城市或者省会城市，是偏中高端的一个市场。从全年订单指标上来看，与我们年初预期接近；</p> <p>第二个维度是国内渠道，这是2023年最弱的一块业务，没有完成年初的计划。国内渠道主要客户集中在二三线城市以及地级市和县级市，相对来说是中端和低端的市场，年初我们是按30%的同比增速做的计划，到年中我们根据国内经济环境调低了目标，但到下半年仍未见明显起色，</p>

虽然公司也采取了一系列的措施，但最终渠道订单与去年同期比还是有所下滑。对于渠道业务来说，一方面国内经济环境不如预期，中低端的需求没有打开，同时也面临着严峻的供应链多次涨价问题，使得产品的利润不断被压低，对于利亚德的经营策略来说，我们不希望去做这种增收不增利的业务，所以没有大幅调低价格，同时也无法将增加的成本转嫁给客户，造成了渠道订单下滑的情况；

第三个市场维度是欧美，整个欧美在我们海外显示业务中应该占了大约 65%的份额，这一部分目前统计的数据来看与年初的计划基本一致；

最后一部分是亚非拉市场，这块全年保持了大约 40%的订单同比增速，符合年初预期。

所以智能显示板块除了国内渠道低于预期，其他基本实现了我们年初的目标。

第二个业务板块是文旅夜游，从统计的订单来看，也是符合预期的。这块业务主要客户来源于政府，政府对于文旅夜游的投入的需求是非常大的，也非常明显的感觉到了各地政府想要把文旅带动起来拉动消费的理念贯穿下去，同时它存在的问题跟往年还是比较一致，也就是政府的需求很旺盛，但是现在资金到位还要有一个过程，所以今年我们还是按照年初所制定的计划在推进，没有很激进的去做这一部分的项目。因为政府一旦资金不能够落地的话，还是存在一定的收款风险，所以我们一方面挖掘到了市场的需求，同时也还是按照公司保证自己的盈利指标以及抗风险的能力的策略在实施。

第三个业务板块是虚拟现实，在我们营收里占比大约 5%，它的收入主要来源于 Natural Point 公司（NP 公司），目前订单和收入基本跟我们年初预测是比较一致的。同时我们国内子公司北京虚拟动点，也在自研的动作大模型上取得了阶段性的结果，也算是我们对于数字资产的应用又往前推进了一步，这块业务整体情况也是符合我们预期的。

二、2024 年经营计划和目标

2024 年的经营计划目前全集团正在制定过程中，也是分业务板块在进行。直销业务在 2023 年整个环境不太好的情况下也达成了增长目标，希望 2024 年会继续向好；渠道业务面对的这种市场，因为市场需求没打开，同时国内的一些成本也在不断增长的这种环境之下，我们采取了一些新的策略，我们会把渠道两个品牌-利亚德品牌和金立翔品牌-进行拆分，将渠道的利亚德品牌与直销业务融合，按区域划分和管理。2024 年是这种新的业务融合的第一年。

海外的亚非拉地区从 2021 年之后我们做了市场、产品、人员的铺设，需求已经被拉动起来，2024 年应该还是会有一个比较高比例的增长。

欧美团队正在做市场调研，对于 2024 年整个北美的政治经济环境将会有一个相对准确的判断陆续反馈到集团这边。对于北美来说，有一个新增的市场需求，就是中低端市场。针对这个需求信号，我们组建了一个新的欧美团队，这个团队会以利亚德品牌去做，相应的产品开发和认证目前也正在推进中，完成后就会跟 Planar 的团队一起去覆盖欧美高中低端不同的市场范围。

从研发的角度来说，我们仍然把 Micro 作为公司的重点。2024 年我们希望 Micro 的收入达到 8 个亿的规模。产品路径上我们仍然坚持走的是 MIP，这种方式可以实现 Micro 从 0.4mm-1.8mm 的跨度，且成本下降的趋势也是明确的。所以未来我们的目标就是不断去降低 Micro 的成本来扩大市场需求，提高产品性价比，带动整个行业新一轮的因为技术革命引发的需求增长。

文旅夜游板块其实也遇到了一些新的契机。2023 年政府的需求在不断的扩大，直接阻碍了这种需求爆发的原因是资金的问题。2023 年各地政府也在通过一些专项的贷款和专项的债去启动这部分的投入，预计 2024 年应该会逐步的落地。

对于 VR 板块，我们一方面通过常规业务模式保持稳定增长，同时会

	<p>把国内数字资产这块业务撬动起来。去年底我们发布了第一款名为“LYDIA”的动作大模型，这是一款我们自主研发的专业能力大模型，具备对空间动作数据的“认知、感知、预测、生成”等核心能力，在全球范围的空间计算、动作生成领域率先探索了 AIGC 的新模式。未来会在应用层面进行拓展。</p> <p>接待过程中，公司接待人员严格按照有关制度规定，没有出现未公开重大信息泄露等情况。</p>
附件清单 (如有)	无
日期	2024 年 1 月 22 日